



Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

**MERKEZ BANKALARI VE İLETİŞİM:
TÜRKİYE DENEYİMİ**

25 Aralık 2006, Ankara

Değerli Akademisyenler, Öğrenciler ve Değerli Katılımcılar,

Bugün burada sizlerle birlikte olmaktan büyük memnuniyet duyuyorum. Genç nüfusun Ülkemizde toplam nüfusun büyük bir oranını oluşturduğu ve bu durumun diğer ülkelerle rekabette önemli bir kozumuz olduğu göz önüne alındığında, geleceğimizin şekillenmesinde eğitimin ne denli önemli olduğu görülmektedir. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası olarak gençlerimizin ve onların eğitimlerinin bu ülke geleceğinin belirleyicisi olduğunun farkındayız. Bu nedenle burada bu konuşmayı yapma fırsatını bulduğum için ayrıca mutluluk duyuyorum. Bu vesile ile Hacettepe Üniversitesine bu organizasyon için teşekkür ederim.

Öncelikle şunu belirtmek istiyorum; tüm dünyada ekonomi politikalarının nihai amacı ekonomik refahı artırmaktır. Refah artışı ise ancak sürdürülebilir büyüme ve sürdürülebilir istihdam artışı ile sağlanır. Sürdürülebilirlik için ise ekonomik istikrar şarttır. Ekonomik istikrarın ön koşulu da fiyat istikrarıdır. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası da politikalarını fiyat istikrarını sağlamak ve sürdürmek temel amacı çerçevesinde kararlı bir biçimde yürütmektedir.

Biz Merkez Bankası olarak inanıyoruz ki, politikalarımızı, fiyat istikrarı yönünde aldığımız kararları ve bu kararların altında yatan nedenleri ne kadar açık, dürüst ve tutarlı bir şekilde kamuoyu ile paylaşırsak, toplumsal refah artışına giden yoldaki başarılarımız da o kadar yüksek olacaktır. Dolayısıyla bugün sizlere “Merkez Bankaları ve İletişim Politikaları” temalı bir konuşma yapmak istiyorum.

Konuşmamda ilk olarak merkez bankalarının iletişim politikalarının zaman içinde değişen yüzüne ve şeffaflık kavramına değineceğim. Ardından iletişim politikalarının ön plana çıkmasında etkili olan unsurlar ve bu politikaların tasarımından bahsetmek istiyorum. Konuşmamın ikinci bölümünde ise, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasının iletişim politikasının gelişimini para politikası çerçevesine bağlı kalarak sizlere aktarmaya çalışacağım.

Değerli Dinleyiciler,

Çok değil, yaklaşık on beş yıl kadar öncesine baktığımızda, merkez bankası ile şeffaflık ve iletişim kavramlarının pek yan yana gelmediğini, hatta merkez bankalarının, uygulamalarını gizlilik içinde yürütmeleri gerektiği görüşünün genel olarak kabul edildiğini görmekteyiz. Bu görüşün temelinde para politikasının

ekonomik aktiviteyi etkileyebilmek için aldığı kararların sürpriz olması gerektiği varsayımı yatmaktadır.

İktisat yazınında da para politikasının sürprizler yoluyla etkin olabileceğini savunan “zaman tutarsızlığı” modellerinin kullanıldığı çalışmalarda¹ şeffaflığın para politikasının etkinliğini zayıflatacağı ileri sürülmektedir.

Dolayısıyla, bu görüşe göre bir merkez bankasının başarılı olma olasılığı kararlarını kamuoyundan saklayabildiği, gizli tutabildiği ölçüde artmaktadır.

Merkez bankalarının geçmişteki uygulamalarına baktığımızda, bu görüşlerin politika uygulamalarında da benimsendiğini görmekteyiz. Bugün dünyanın en şeffaf merkez bankalarından biri olan İngiltere Merkez Bankasının Para Politikası Kurulu eski üyesi Richard Lambert² Financial Times gazetesinde gazetecilik yaptığı dönemlerde başını sık sık İngiltere Merkez Bankasının o meşhur kalın duvarlarına vurduğunu, hiçbir bilgiye ulaşamadığını; çünkü o dönemde Bankanın basın danışmanının görevinin Bankayı basının dışında, basını da Bankanın dışında tutmak olduğunu söylemektedir.

Benzer şekilde ABD Merkez Bankası Fed eski Başkanı Alan Greenspan'ın³ 1989 yılında politika faiz oranlarına ilişkin kararların anında duyurulmasının sağlıklı olmayacağını, piyasanın buna aşırı tepki verebileceğini ve dolayısıyla bu uygulamanın Fed'in doğru kararlar almasını engelleyebileceğini ifade etmiş olması da bugün şeffaflık ve iletişim kavramlarına baktığımız noktada şaşırtıcı gelmektedir.

Bugün gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülke merkez bankaları politika uygulamalarında şeffaflığa giderek artan derecede önem vermektedirler. İletişime verilen önem çerçevesinde merkez bankaları sadece aldıkları kararları anında kamuoyuna açıklamakla kalmayıp, ileriye yönelik ne tür kararlar alabileceklerinin sinyalini de verebilmekte, faiz oranlarının izleyebileceği seyre ilişkin tahminlerini yayımlamakta, enflasyon tahminlerinde kullandıkları modelleri kamuoyu ile paylaşabilmektedirler.

¹ Kydland, F.E., Prescott, E.C. (1977). Rules Rather than Discretion: The Inconsistency of Optimal Plans. *Journal of Political Economy*, 85, 3, 473-91.

Cukierman, A., Meltzer, A.H. (Eylül 1986). A Theory of Ambiguity, Credibility, and Inflation Under Discretion and Asymmetric Information. *Econometrica*, 54, 5, 1099-1128.

² Lambert, R. (2006). “Central Bank Communications: Best Practices in Advanced Economies”.

³ Blinder, A., Reis, R. (2005). “Understanding the Greenspan Standard”.

Merkez bankalarında artan şeffaflığa paralel olarak, iktisat yazınında bu konudaki çalışmaların sayısı da giderek artmaktadır. Bu çalışmalarda şeffaflık kavramı çeşitli açılardan tanımlanmaktadır. Bir kısım çalışmalarda şeffaflık, merkez bankasının amaçlarının ve uygulamalarının kamuoyu tarafından anlaşılması şeklinde genel bir ifade ile tanımlanırken⁴, şeffaflığı sınıflandıran çalışmalarda⁵, hedefin, bu hedefe yönelik kullanılan araçların, ekonometrik model ve verilerin şeffaflığı ile politika uygulamalarının yansımalarının kamuoyu tarafından bilinmesi gerektiği ön plana çıkarılmaktadır. Fed St. Louis Başkanı William Poole da şeffaflığı işlevsel bir yaklaşımla “*piyasa katılımcılarının para politikasını mümkün olduğunca bir bütün olarak görebilmelerini sağlayabilecek tüm bilgilerin doğru bir şekilde sağlanması*” olarak tanımlamaktadır⁶.

Değerli Katılımcılar,

Şeffaflık ve iletişim politikalarının son yıllarda bu şekilde ön plana çıkmasında bazı unsurlar etkili olmuştur. Ben bunları üç başlık altında incelemek istiyorum.

Merkez bankalarının bağımsızlığı ve bu bağımsızlığın ayrılmaz bir parçası olan hesap verebilirlik bu unsurlardan ilkidir.

Fiyat istikrarını sağlamayı kendisine hedef edinmiş bir merkez bankasının bu hedefine ulaşabilmesi için, orta ve uzun vadeli bir bakış açısına sahip olması, politikalarını gündelik kısır tartışmalardan ve doğası gereği kısa vadeli bir bakış açısına sahip siyasetin etkilerinden uzak bir biçimde uygulayabilmesi gerekir. Bu yüzden bağımsızlık, merkez bankacılığının hayati bir unsurudur. Ancak ben bugün burada merkez bankalarının bağımsız olmalarının neden önemli olduğu hakkında konuşmaktan ziyade, ki bunu çeşitli platformlarda defalarca dile getirdik, bu bağımsızlığın beraberinde getirdiği sorumluluktan bahsetmek istiyorum.

Merkez bankalarının bağımsızlığının sonucu hesap vermektir. Hesap verebilir olmak, merkez bankasının aldığı kararlardan ve bunların sonuçlarından topluma karşı sorumlu olması anlamına gelmektedir. Tüm bunlar, şeffaflığı ve etkin bir iletişim politikasını bağımsızlık ve hesap verebilirliğin önemli bir parçası haline getirmektedir.

⁴ Winkler, B. (2002). Which Kind of Transparency? On the Need for Effective Communication in Monetary Policy-Making. *Ifo Studien*, 48, 3, 401-27.

⁵ Hahn, V. (2002). Transparency in Monetary Policy: A Survey. *Ifo Studien*, 48, 3, 429-55.

Carpenter, S.B. (Nisan 2004). *Transparency and Monetary Policy: What Does the Academic Literature Tell Policymakers?*. The Board of Governors of the Federal Reserve System.

⁶ Poole, W. (Kasım/Aralık 2003). Fed Transparency: How, Not Whether. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, 85, 6, 1-8. Poole (2003).

Öte yandan, politikalar şeffaf bir şekilde kamuoyuyla paylaşıldıkça merkez bankalarının güvenilirliği artmakta ve ekonomik birimlerin karar alma süreçlerinde gerekli olan güven ortamı oluşturulmaktadır. Dolayısıyla güvenilirlik, iletişim politikalarının ön plana çıkmasında ikinci önemli unsurdur.

Politika uygulamaları ile politika açıklamalarının birbiri ile tutarlı olması güvenilirliğin inşasında son derece önemlidir. Güvenilirliğin devamı ise politika hedeflerine ulaşılabilmesiyle yakından ilişkilidir. Bu noktada güvenilirlik söz konusu olduğunda yapılanların, söylenenlerden daha çok ses getirdiğini rahatlıkla söyleyebilirim. Tüm bu süreç, güvenilirliği “kazanılması ve sürdürülmesi zor, kaybedilmesi kolay” bir nitelik haline getirmektedir. İşte bu kapsamda etkin ve şeffaf bir iletişim politikası, beklenmeyen gelişmelerin güvenilirlik üzerinde yol açabileceği olumsuz etkilerin en aza indirilmesinde ön plana çıkmaktadır.

Yapılan çeşitli çalışmalar da bu görüşü destekler niteliktedir. Ekonomistler arasında yapılan bir anket çalışmasına göre⁷ şeffaflık, güvenilirliğin oluşturulmasında bağımsızlık ve geçmişteki dürüst ve güvenilir politika uygulamalarının ardından üçüncü sırada yer almaktadır. Bir başka çalışma⁸, hedeften sapmalar olsa dahi iletişim yoluyla artırılan güven sayesinde bu sapmaların kamuoyunda taahhütlerin yerine getirilmesi konusunda endişeye yol açmadığını göstermektedir.

Değerli Dinleyiciler,

Bağımsızlık ve güvenilirlik ile iletişim politikaları arasındaki ilişki bize kurumsal bir bakış açısı sunmaktadır. Bu yaklaşımın tüm boyutları birbiri ile yakından ilişkili olup, her biri diğerinin tamamlayıcısıdır.

Etkin bir iletişim politikasını gerektiren bugün değineceğim üçüncü unsur ise, para politikasının etkinliğinin artırılmasıyla yakından ilişkilidir. Bu ilişkinin temeli, “*para politikası ne kadar tahmin edilebilir ise o kadar etkindir*” tezine dayanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, politika uygulamalarının ardında yatan nedenlerin açıklanması bir yandan bu uygulamaların anlaşılmasını ve desteklenmesini sağlarken, diğer yandan bekleyişlerin hedefler doğrultusunda oluşmasına güvenilirlik ölçüsünde katkıda bulunmaktadır.

⁷ Waller, S., Haan, J. (Mayıs 2004). Credibility and Transparency of Central Banks: New Results Based on IFO's World Economic Survey, CESifo.

⁸ King, M. (1997). Changes in UK Monetary Policy: Rules and Discretion in Practice. Journal of Monetary Economics, 39, 81-97.

Bu konudaki iktisat yazınına baktığımızda, 1950'ler ve 1960'larda genel kabul gören görüş, bekleyişlerin geçmiş tecrübelerle göre oluştuğu şeklindedir. Bu görüş "uyumlu bekleyişler" teorisi olarak adlandırılmaktadır. 1961 yılında ise "akılcı bekleyişler" adı verilen alternatif bir teori geliştirilmiştir⁹. Buna göre ekonomik birimler bekleyişlerini oluştururken sadece geçmiş tecrübelerini değil, elde ettikleri her yeni bilgiyi de kullanmaktadırlar.

Her ne kadar, piyasalardaki tüm bekleyişlerin akılcı olduğu varsayımı tartışmalı olsa da, her yeni bilginin tahminleri, dolayısıyla bekleyişleri de değiştireceği, bekleyişlerin ise alınan kararları zaman içinde etkileyerek gerçekleştirmeleri oluşturacağı kabul edilmektedir. Bu durum, politika uygulamalarında bekleyişlerin yönetimini ve dolayısıyla iletişim politikasını son derece önemli bir konuma yerleştirmektedir.

Değerli Dinleyiciler,

Şimdi sizlere iletişimin ve bekleyişlerin yönetiminin para politikasındaki rolünü daha ayrıntılı anlatmak istiyorum. Merkez bankalarının nihai hedefinin fiyat istikrarını sağlamak ve sürdürmek olduğu ve bunu da iç talebi kontrol ederek yaptıkları kabul edildiğinde, geleneksel para politikası aktarım mekanizmasında yer alan bekleyişlerin toplam talebi iki kanaldan etkileyebildiği görülmektedir.

Bu kanallardan ilki, kısa vadeli faiz oranlarının uzun vadeli faiz oranlarını etkilemesi/belirlemesi olarak tanımlayabileceğimiz faiz oranları kanalıdır. Temel politika aracı olarak kısa vadeli faiz oranlarını seçen merkez bankaları sadece bu faiz oranını doğrudan kontrol edebilmektedir. Öte yandan, ekonomik aktiviteyi belirleyen yatırım ve tasarruf kararları alınırken referans olarak uzun vadeli faiz oranları dikkate alınmakta, ancak bu faiz oranları zaman zaman politika faizlerinden farklı yönlere hareket edebilmektedir.

Kısa vadeli faiz oranları ile uzun vadeli faiz oranlarını birbirine bağlayan en önemli unsur ise bekleyişlerdir. Bu kapsamda etkin bir iletişim politikası ile bekleyişlerin yönetilmesinin para politikasına önemli katkılarından biri, piyasalarda öngörülebilirliğin artmasıdır, ki bu da piyasalardaki riskin ve oynaklığın azalmasına, politika faiz oranları ile faizler genel düzeyi arasındaki uyumun artırılmasına katkıda bulunmaktadır.

⁹ Muth, J. (1961). Rational Expectations and the Theory of Price Movements. *Econometrica*, 29, 315-35.

Dolayısıyla merkez bankaları, iletişim politikaları ile bekleyişleri yöneterek kısa vadeli politika faiz oranlarının uzun vadeli faiz oranlarını etkilemesini hedeflerler. ABD Merkez Bankası Başkanı Bernanke'nin de belirttiği gibi; iletişim, merkez bankalarının uzun vadeli faiz oranlarını etkileyebilmesi, dolayısıyla para politikasının etkinliğini sağlaması açısından çok önemli bir araçtır¹⁰.

İkinci olarak bekleyişlerin yönetimi ve bu amaçla uygulanan iletişim politikası, enflasyonun doğrudan bekleyişler kanalı ile kontrol altında tutulmasına yardımcı olur. Bekleyişlerin yönetimi ile artan öngörülebilirlik, ekonomik birimlerin ücret belirleme ve fiyatlama gibi davranışlarını etkileyerek, enflasyon bekleyişlerinin ve sonucunda gerçekleşmelerin merkez bankasının hedefleri doğrultusunda şekillenmesini sağlar. Öngörülebilirlik aynı zamanda varlık fiyatları ve krediler gibi diğer aktarım kanallarının da etkin çalışmasına katkıda bulunur.

Tüm bunlar, etkin bir iletişim politikasını merkez bankası bağımsızlığının, güvenilirliğinin ve uygulanan para politikalarının etkinliğinin ayrılmaz bir parçası haline getirmektedir. Dolayısıyla etkin bir iletişim politikası oluşturulması merkez bankaları için bir zorunluluktur.

Bu konu ile ilgili literatürde de iletişim politikasının uygulanmakta olan diğer politikaları ikame edebileceğini ve politika uygulamalarının etkinliğini artıracığını gösteren birçok çalışma bulunmaktadır.

Merkez bankacıları da iletişimin ve bu kapsamda şeffaflığın kurum için sadece hesap verme ilkesini yerine getirmek için bir yükümlülük olmadığı, aynı zamanda kurum ve izlediği politikaların etkinliği bakımından bir fırsat olduğu konusunda genel olarak bir uzlaşma içindedirler¹¹. Üstelik bizim gibi enflasyonist ve istikrarsız bir makroekonomik geçmişe sahip gelişmekte olan ülkelerde etkin bir iletişim politikası, ekonomi politikalarının ve olası sonuçlarının kamuoyu tarafından iyi anlaşılmasını sağlayarak geçmiş tecrübelerin kötü etkilerinin ortadan kaldırılmasına yaptığı katkı nedeniyle daha da önemlidir.

¹⁰ Bernanke, B. (2004). "Fedspeak". Remarks at the Meetings of the American Economic Association.

¹¹ Issing, O. (Mart-Nisan 2005). "Communication, Transparency, Accountability: Monetary Policy in the Twenty-first Century". Federal Reserve Bank of St. Louis. Sf. 65 – 83.

Değerli Katılımcılar,

Şeffaflığın ve etkin bir iletişim politikasının para politikasının etkinliğini artırdığı bugün hemen herkes tarafından kabul edilen bir görüş olsa da, şeffaflığın derecesi ve en etkin iletişim stratejisinin nasıl olması gerektiği konusunda kabul edilmiş ortak bir görüş bulunmamaktadır. Ülkelerin kendine özgü gelenekleri ve geçmişleri, farklı hedef kitlelerin varlığı ve farklı ekonomik koşullar her ülkeye uygun tek bir en iyi stratejinin varlığını imkansız kılmaktadır.

Öte yandan etkin bir iletişim politikası elbette belirli bir stratejik yaklaşım izlenmesini gerektirmektedir. Bu strateji; iletişim amaçlarının açıkça belirtilmesinin yanı sıra iletişim ilkelerinin, hedef kitlelerin, iletişim kanallarının ve iletişim araçlarının tanımlanmasını, doğru zamanlamayı ve neyin, niçin ve ne şekilde anlatılacağına belirlenmesini gerektirmektedir.

Tüm bunlar bir iletişim stratejisi oluşturmanın ve uygulamanın zorlu bir süreç olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Bu noktada para politikası çerçevesinde iletişim anlamında politika uygulamalarına yönelik karşılaşılan zorluklardan, kamuoyunda çok fazla anlaşılmayan bazı unsurlardan özellikle bahsetmek istiyorum. Bunlardan ilki, bizim de yakından tecrübe ettiğimiz üzere, para politikasının etkisini gösterdiği zaman dilimine yöneliktir. Daha açık bir ifadeyle, merkez bankası politika faiz oranlarında yapılan bir değişikliğin ekonomik aktivite ve enflasyon üzerindeki gecikmeli etkisi, uygulanan politikaların orta vadeli bir bakış açısıyla değerlendirilmesini gerektirmektedir. Ekonomik birimlerin bu bakış açısını ve gecikmeli etkiyi anlayabilmeleri, etkin bir iletişim politikasını gerekli kılmaktadır. Bizim gibi uzun yıllar yüksek enflasyonla yaşamış ülkelerde bu bakış açısının yerleşmesi zaman almakta ve bu, enflasyonla mücadelenin önünde önemli bir engel oluşturmaktadır.

Bir diğer önemli unsur, etkin bir iletişim stratejisinin bir yandan para politikasına ilişkin mevcut bilgileri açıkça yansıtırken, bir yandan da elde edilen her yeni bilginin bu politikayı yeniden şekillendirebileceğine de dikkat çekmesi gerektiğidir. Bu kapsamda, duyuru ve söylemlerin içeriği ve kullanılan kelimeler de ayrı bir önem taşımaktadır.

Öte yandan, şeffaflığın tanımlanması kapsamında daha önce de bahsettiğim gibi, daha fazla bilgi, daha fazla şeffaflık ve daha etkili bir iletişim anlamına

gelmemektedir. Kanada Merkez Bankası Başkan Yardımcısı Paul Jenkins'in de belirttiği gibi, şeffaflık ve iletişim kapsamında önemli olan nicelik değil, niteliktir¹². Bu kapsamda iletilmek istenen mesajın en etkin nasıl iletilebileceği, hangi araçların ve hangi kanalların iletişim politikasında temel alınacağına belirlenmesi önem taşımaktadır.

Tüm bunlardan çıkarılabilecek en önemli sonuç, merkez bankalarının iletişim stratejilerinin sürekli bir gelişim içinde olması gerektiğidir. Bu gelişim bir yandan piyasa katılımcılarının ve kamuoyunun merkez bankasının para politikasına dair görüş ve bilgilerini anlama, diğer yandan da merkez bankasının piyasaları ve kamuoyunu daha iyi anlama sürecini ifade etmektedir.

Ülkemizde de bu süreç özellikle son dönemde büyük ilerleme göstermiştir. Şimdi sizlere Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasının iletişim politikalarının gelişimini genel bir çerçeve içerisinde anlatmak istiyorum.

Değerli Dinleyiciler,

Bankamızın iletişim politikası, diğer merkez bankalarına benzer bir süreç içinde zamanla değişerek gelişmiştir.

En genel ifadesiyle; konuşmamın ilk bölümünde de değindiğim, merkez bankacılığındaki şeffaflaşma ve iletişim politikalarının ağırlığının artması yönündeki eğilim, uygulanan para politikasına ve kurumsal yapısına bağlı olarak Bankamızca da benimsenmiştir.

Merkez Bankasının bağımsızlığını kazandığı 2001 yılını bir dönüm noktası olarak nitelediğimizde, iletişim politikasının gelişimini de 2001 öncesi ve sonrası olmak üzere iki dönemde aktarmak doğru olacaktır.

2001 yılı öncesi para politikalarına yakından bakıldığında, Türkiye ekonomisinde finansal serbestleşmenin tamamlandığı 1980'lerin ikinci yarısı ve sonrasında, aktif bir para politikası yürütme olanağı olmayan Merkez Bankasının, finansal piyasalarda istikrarı sağlama yönünde bir politika uygulamasına yöneldiği görülmektedir.

Bu dönemde, para politikasında olduğu kadar Merkez Bankasının iletişiminde de iki unsur belirleyici rol oynamıştır.

¹² Jenkins, P. (2001). Communicating Canadian Monetary Policy: Towards Greater Transparency. *BIS Review*, 46, 1-5.

İlk unsur, söz konusu dönemde ne yasal olarak, ne de uygulamada Merkez Bankası için bir politika önceliğinin tanımlanmamış olmasıdır.

Dünyada giderek artan sayıda merkez bankasının sadece fiyat istikrarını sağlamakla görevlendirildiği bu dönemde Ülkemizde Merkez Bankası, büyüme, ihracat, istihdam gibi birçok değişkeni, hatta zaman zaman birbiriyle çelişen pek çok amacı aynı anda gözetmek zorunda kalmıştır.

İkinci unsur ise, Merkez Bankasının kamu kuruluşlarına, özellikle Hazineye kredi vermek suretiyle hükümetin bütçe açıklarını finanse etmekle yükümlü tutulmuş olmasıdır. Bütçe açıklarının Merkez Bankası kaynakları kullanılarak parasallaşması, bir taraftan enflasyonla mücadele programlarının disiplinli maliye ve para politikaları uygulanması olarak özetlenebilecek temel unsurlarına ters düşerken, diğer taraftan Merkez Bankasının bağımsız politika uygulamalarının önünde çok önemli bir engel teşkil etmiştir.

Bu unsurların Türkiye ekonomisine yansımaları yüksek ve kronik enflasyon şeklindedir. Merkez Bankası iletişim politikasına yansımaları ise şeffaflığın arzu edildiği ölçüde sağlanamaması ve etkin bir strateji tasarlanmasına engel olmasıdır. Politika uygulamalarında farklı öncelikler izlenmesi, net bir hedefinin ve yasal bir bağımsızlığının olmaması Merkez Bankası açısından kamuoyuna verilen mesajlarda tutarlılığın tesisini güçleştirmiştir.

Merkez bankacılığında şeffaflığın dünyada o dönemlerde henüz yaygınlaşmış ve ağırlık kazanmış bir kavram olmamasının da etkisi ile Bankamız da iletişim politikasında daha tutucu bir yol izlemiştir.

Bu süreçte Bankamızın iletişim politikasında öne çıkan iki gelişme göze çarpmaktadır. İlki Ülkemizde finansal piyasaların kurulmaya başlanması ve 1987 yılında bu piyasaların Bankamız bünyesinde yapılması nedeniyle Merkez Bankasının iletişim konusunda, özellikle finansal piyasalarla iletişim konusunda daha etkin olmasıdır. Bu kapsamda bir taraftan giderek daha karmaşık bir yapı kazanan finansal piyasalarda istikrarı sağlamak, öte yandan bu piyasaların derinleşmesini ve gelişmesinde öncü rol oynamak amacıyla Merkez Bankası piyasa oyuncuları ile güçlü bir iletişim kurmuştur.

İkinci önemli gelişme, Merkez Bankası tarihinde ilk kez açıklanan 1990 yılı Para Programıdır. 1990 yılında Merkez Bankası parasal büyüklüklerin kontrolüne

dayanan bir para programı uygulayacağını kamuoyuna açıklamıştır. Açıklanan bu programda, orta vadeli bir bakış açısı ile ekonomik gelişmeler anlatılmış ve geleceğe ilişkin beklentiler aktarılmıştır.

Ancak, gerek bu programın açıklanmasının planlanmış ve uygulamaya konmuş belirli bir iletişim stratejisinin parçası olmaması, gerekse program açıklandıktan sonra konu ile ilgili bilgilendirme çalışmalarına devam edilmeyişi, bu açıklamanın bugün anladığımız anlamıyla iletişim politikasının bir unsuru olarak değerlendirilmesini mümkün kılmamaktadır.

1990 yılı sonrasında; 2000 yılına değin, Körfez savaşı, erken seçim ve ekonomide giderek artan belirsizlik ortamına da bağlı olarak uygulanmakta olan para ve kur politikalarının güçlü bir iletişimi yapılamamıştır.

Değerli Dinleyiciler,

2000 yılı ise para politikaları açısından önemlidir. Bu tarihte 90'lı yıllarda bir türlü sağlanamayan makroekonomik istikrarı tesisi üzere enflasyonla mücadeleyi ve kamu maliyesine disiplin getirmeyi temel alan döviz kuruna dayalı bir istikrar programı uygulamaya konmuştur.

İktisat yazınında iletişim stratejileri döviz kuruna dayalı istikrar programlarının önemli bir unsuru olarak yer almasa dahi Merkez Bankası bu programla beraber iletişim konusunda daha aktif olmaya başlamıştır.

2000 yılı programıyla birlikte Merkez Bankasına enflasyonla mücadele konusunda bir misyon verilmiş olmasının iletişim stratejisi oluşturma çabalarına katkısının çok önemli olduğunu bu noktada ifade etmek istiyorum.

Bu çerçevede söz konusu programla Merkez Bankasının iletişim stratejisi, belirli bir döviz kuru seviyesinin taahhüt edilmesi ile parasal büyüklükler ve kur sepetinin değeri ile ilgili uygulama sonuçlarının belirli aralıklarla kamuoyuna ilan edilmesi şeklinde gerçekleşmiştir. Ayrıca, bu dönemde Ülke çapında sanayi ve ticaret odaları ile ortak bilgilendirme toplantıları düzenlenmeye başlanmıştır.

Ancak 2000 yılı programı devam ettirilememiş ve istikrar programına olan güvenin kaybolması ile birlikte bir krizle sona ermiştir.

Değerli Dinleyiciler,

2001 yılı Türkiye ekonomisi için olduğu kadar Merkez Bankası için de bir dönüm noktası niteliği taşımaktadır.

2001 yılı Mayıs ayında Merkez Bankası Kanununda yapılan önemli değişikliklerle Bankanın temel hedefi fiyat istikrarını sağlamak olarak belirlenmiş ve Bankaya hedeflerine ulaşmak için kullanacağı para politikası araçlarını serbestçe belirleyebilme yetkisi verilmiştir. Bir diğer ifade ile Merkez Bankası araç bağımsızlığına kavuşmuştur.

Enflasyon gibi toplumdaki herkesin gündelik hayatını doğrudan etkileyen bir alanda sorumluluk alınması ve bu yönde politikalar uygulanması, Merkez Bankasını geçmişte hiçbir dönemde olmadığı kadar kamuoyunun gündemine taşımış; şeffaflığı ve hesap verebilir olmayı Banka politikalarının ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. Böyle bir ortamda Merkez Bankası kamuoyuyla iletişimi uygulamalarının merkezine yerleştirmiştir.

Bu kapsamda ilk olarak hesap verebilirliğin iletişim politikalarımıza yansımalarından bahsetmek istiyorum.

Hesap verebilirlik çerçevesinde, Merkez Bankasının faaliyetleri ile uygulanmış ve uygulanacak olan para politikaları hakkında her yıl Nisan ve Ekim aylarında Bakanlar Kurulu, yılda iki kere de Türkiye Büyük Millet Meclisi Plan ve Bütçe Komisyonu bizzat Merkez Bankası Başkanı tarafından bilgilendirilmektedir.

Bir diğer önemli hesap verme aracı ise, Bankamızın belirlenen enflasyon hedeflerine ilan edilen sürelerde ulaşamaması veya ulaşamama olasılığının ortaya çıkması halinde, bunun nedenlerini ve alınması gereken önlemleri Hükümete yazılı olarak bildirme ve kamuoyuna açıklama yükümlülüğünün bulunmasıdır.

2001 yılı sonrasında iletişim politikalarının ön plana çıkmasında etkili olan ikinci unsur ise 2002 yılında "örtük" olarak uygulanmaya başlanan 2006 yılından itibaren ise "açık" olarak uygulanmakta olan enflasyon hedeflemesi rejimidir. Enflasyonun doğrudan kendisinin hedeflendiği ve bu amaca yönelik olarak para politikasının kurumsallaştığı bir strateji olan enflasyon hedeflemesi rejimi, iktisat yazınında da sıklıkla bahsedildiği üzere, aktif bir iletişim stratejisi izlenmesini gerektirmektedir.

Ekonomik birimlerin konulan enflasyon hedeflerini nominal çapa olarak kullanmaları ölçüsünde başarılı olan enflasyon hedeflemesi rejiminde, bu doğrultuda uygun ve etkin bir iletişim politikası izlenmesi ve iletişimin kurumsal bir yapıya kavuşturulması bir zorunluluktur.

2002 yılında Bankamız bünyesinde İletişim Genel Müdürlüğünün kurulması ile Merkez Bankası iletişim stratejisinin enflasyon hedeflemesi rejiminin de gerektirdiği gibi kurumsal bir yapıya kavuşturulması yönünde önemli bir adım atılmıştır. Bu çerçevede fiyat istikrarına ulaşmada uygulanan politikaların doğru algılanmasını sağlamak, basın ile ilişkileri yürütmek ve politikaları tek elden kamuoyuna duyurmak bu Genel Müdürlüğün temel görevleri olarak tanımlanmıştır.

2001 yılından itibaren Merkez Bankası iletişimde kullandığı araçları da geliştirmeye ve çeşitlendirmeye ağırlık vermiştir.

Bankamız, diğer ülke örneklerinde olduğu gibi, politika kararlarının ilk elden kamuoyuna duyurulmasında basın duyurularını etkin olarak kullanmaktadır. Merkez Bankasının kısa vadeli faiz oranlarına ilişkin kararları, Para Politikası Kurulu toplantısının ardından eşanlı bilgilendirme stratejisi kapsamında elektronik ortamda asimetrik bilgiye yer vermeyecek şekilde tüm medya kuruluşlarına gönderilmekte ve İnternet sitemiz üzerinden kamuoyuna ilan edilmektedir.

Medya temsilcileri ile gerçekleştirdiğimiz düzenli toplantılar, sivil toplum örgütleri nezdinde Anadolu'nun çeşitli kentlerinde gerçekleştirdiğimiz konferanslar ile Üniversitelerde yaptığımız konuşmalar politika uygulamalarımızın belli bir iletişim stratejisi çerçevesinde kamuoyuna doğrudan aktarılabilmesi amacını taşımaktadır.

Bunların yanı sıra, Bankamız yayınları ile para politikasına ve ekonomik gelişmelere dair bilgiler kamuoyuna aktarılmaktadır. Yılda dört kere bir basın toplantısının ardından yayımladığımız Enflasyon Raporu ile enflasyona ilişkin gelişmeleri ve enflasyon görünümüne ilişkin görüşlerimizi kamuoyu ile paylaşmaktayız. Yılda iki kere yayımladığımız Finansal İstikrar Raporu ile de fiyat istikrarı temel amacımızın yanında destekleyici ve tamamlayıcı amacımız olan finansal istikrara ilişkin değerlendirmelerimizi sizlerle paylaşmaktayız.

Öte yandan, İnternet sitemizi de etkin bir iletişim aracı olarak kullanmaktayız. Tüm basın duyurularımıza, yayınlarımıza, raporlarımıza, verilere ve yapılan tüm konuşma metinleri ile sunumlara sitemizden ulaşılabilir.

Değerli Katılımcılar,

İletişim çerçevesinde gerek kurumsal gerek stratejik anlamda Bankamızın aldığı mesafeden bu şekilde bahsettikten sonra, kısaca bu yapının politika uygulamalarımıza doğrudan ve dolaylı yansımalarından bahsetmek istiyorum.

Öncelikle, enflasyon hedeflemesi rejimi çerçevesinde 2002 yılından itibaren Hükümetle Bankamız tarafından ortaklaşa belirlenen yıl sonu enflasyon hedefleri üst üste dört yıl tutturulmuş, enflasyon otuz yıl aradan sonra tek haneli seviyelere düşmüştür. Bu kazanımlar, 2005 yılı başında paramızdan altı sıfır atılmasıyla Türk parasının itibar kazanma sürecine katkıda bulunmuş; uyguladığımız etkin iletişim politikası ile birlikte ise hem uygulanan politikaların hem de Merkez Bankasının güvenilirliğini artırmıştır.

Hedeflerin tutturulması ve iletişim politikası ile artan güvenilirlik, zaman içerisinde giderek artan ölçüde enflasyon beklentilerini şekillendirmede etkin olmuştur. Bugün itibarıyla Türkiye ekonomisinde en etkili çalışan kanal beklentiler kanalıdır. Elbette yaklaşık otuz yıllık yüksek enflasyon geçmişinin yarattığı atalet, beklentilerin yönetiminde önemli bir zorluk yaratmaktadır. Ancak bugün baktığımızda, enflasyon hedefinin karar alma süreçlerinde giderek artan oranda nominal çapa olarak kullanılmaya başlandığını memnuniyetle görmekteyiz. Bankamızın ayda iki kere uyguladığı Beklenti Anketi'nin sonuçları da zaman zaman dalgalanmalar görülse de ekonomik birimlerin enflasyon beklentilerinin zaman içinde enflasyon hedefine daha fazla yakınsadığını göstermektedir.

Ancak Ülkemizde ekonomide elde edilen kazanımların sadece son beş yılda olduğu göz önüne alındığında, en ufak bir olumsuz gelişme nedeniyle beklentilerin, bu gelişmenin gerektirdiğinden çok daha güçlü tepki vermesi şaşırtıcı değildir. Bu durum, iletişim politikasını ve beklentilerin yönetimini her zaman gündemin ilk sıralarında tutmaktadır.

Öte yandan, enflasyon hedeflemesi rejimi ve bu çerçevede gerçekleştirilen kurumsal düzenlemeler de, politikaların öngörülebilirliğinin artmasına katkıda bulunmuştur. Para Politikası Kurulunun kurulması, toplantı tarihlerinin önceden açıklanması ve kısa vadeli faiz oranlarına ilişkin kararların toplantı sonrası ilan edilmesi, bu kararların zamanlaması ve yönünün daha şeffaf ve daha öngörülebilir hale gelmesi beklentilerin yönetimine önemli ölçüde katkıda bulunmuştur.

Her ne kadar henüz arzu edildiği ölçüde kuvvetli ve kalıcı olmasa da, kısa vadeli faizler ile uzun vadeli faizler arasındaki ilişki de giderek güçlenmektedir. Diğer bir ifadeyle, şeffaf, tutarlı ve dürüst iletişim politikamız ve beklenti yönetimi çerçevesinde faiz kararları ile ekonominin gidişatına ilişkin verilen sinyaller, ekonomik birimlerin yatırım ve tüketim kararlarını ve fiyatlama davranışlarını belirlemede geçmişe göre daha etkili olmaktadır.

Aktarım mekanizmasının kuvvetlenmesine ve öngörülebilirlik artışına paralel olarak, Bankamız bünyesinde yaptığımız çalışmalara göre¹³, Ülkemiz ekonomisinde Merkez Bankası politika faiz oranlarındaki değişimin ekonomi üzerindeki etkisi giderek artmakta ve bu etki geçmişe kıyasla daha gecikmeli olarak gerçekleşmektedir. Bu da para politikası karar alma sürecinde orta vadeye doğru uzayan bir sürecin dikkate alınmasını gerektirmektedir. Bu çerçevede 2006 yılında enflasyon hedefleri üç yıllık bir hedef ufku için ilan edilmeye başlanmıştır. Ekonomimiz normalleşme yolunda önemli bir mesafe kaydetmiştir.

“2007 Yılında Para ve Kur Politikası” başlıklı duyurumuzda da belirttiğimiz gibi, 2006 yılından farklı olarak önümüzdeki yıl enflasyonun seyrine ilişkin tahminlerimizi oluştururken 1,5 yıl yerine 2 yıllık bir bakış açısını dikkate alacağız. Bu şekilde ekonomik birimlerin yatırım ve tasarruf kararlarını daha öngörülebilir bir ortamda almalarını amaçladığımızı da ayrıca belirtmek isterim.

Değerli Dinleyiciler,

Sözlerimi burada noktalarken, şunu belirtmek isterim ki, son on beş yıllık dönemde merkez bankaları tarafından giderek artan bir önemle üzerinde durulan iletişim politikalarının temelinde para politikası uygulamalarının, bu uygulamaların altında yatan nedenlerin sizlerle, kamuoyuyla paylaşılması suretiyle gelişecek olan karşılıklı anlayış sürecinin önemi yatmaktadır. Dolayısıyla sizlerin de bu süreçte katkısı bizim açımızdan oldukça önemlidir.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası 2001 yılından itibaren önceki dönemlerden farklı olarak belirli bir iletişim stratejisi izlemeye başlamıştır. Bu tarihten itibaren, her türlü bilgi, öngörü ve risk kamuoyuyla paylaşılmaya başlanmış olup, bu yapının kuvvetlenerek devam etmesi öngörülmektedir.

¹³ 2007 Yılı Para ve Kur Politikası.

Bu kapsamda iletişim politikaları açısından aldığımız mesafenin önemini yadsımamakla birlikte, iletişimin kavram olarak dinamik bir süreci nitelemesinden hareketle, önümüzde daha alacağımız önemli mesafeler olduğunu da ifade etmek isterim.

Teşekkür ederim.